

Innovative Strategien für eine ethische Wertschöpfung der Kälber aus der ökologischen Milchviehhaltung

Gresham J¹, Herrler M², Reiber C³, Ströbele-Benschop N² & Chagunda M¹

Keywords: Milchviehkälber, ökologische Milchviehhaltung, regionale Wertschöpfung

Abstract

Dairy farming is linked to the production of 'surplus' calves, which have low economic value. Often calves are separated from their mothers shortly after birth, are sold between the age of two to five weeks, leave the regional value chain, and are transported long distances to be fattened. This "calf issue" is exemplary for the complexity of technological, economic, and social developments and for animal-ethical aspects of livestock farming. Innovative and value-adding solutions for organic farms in the areas of animal breeding, husbandry, and marketing were identified and analyzed in cooperation with stakeholders along the value-chain.

Einleitung

Die Spezialisierung und Intensivierung der Milchproduktion in der konventionellen und ökologischen Landwirtschaft ist mit der Erzeugung "überzähliger" Kälber verbunden, die weder unter ethischen noch ökonomischen Aspekten einen Wert und Nutzen erfahren. Die Kälber werden oft direkt nach der Geburt von der Mutter getrennt, größtenteils im Alter von zwei bis fünf Wochen verkauft, verlassen die regionale Wertschöpfungskette und werden nach Norddeutschland sowie ins Ausland transportiert und dort gemästet (Reiber et al. 2020). Dieses "Kälberproblem" ist beispielhaft für die Komplexität technologischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen sowie aktueller tierethischer Aspekte der Nutztierhaltung.

In den letzten drei Jahren wurden innovative und wertschöpfende Lösungsstrategien für Kälber von ökologischen Milchviehbetrieben in den Bereichen Tierzucht, Haltung und Vermarktung zusammen mit Akteuren entlang der Wertschöpfungskette untersucht. Diese Strategien sollen die Anzahl der wertarmen Kälber reduzieren, eine regionale Wertschöpfung ermöglichen, Haltungs- und Schlachtsysteme für verbessertes Tierwohl aufzeigen und die Nachfrage nach regionalem Bio-Kalb- und Rindfleisch durch wertvermittelnde Marketingkonzepte steigern. Dabei sollen die Fragen nach dem Lösungs- und Adoptionspotenzial der unterschiedlichen Strategien, um das Kälberproblem zu verringern, beantwortet werden.

Methoden

Das Adoptionspotenzial der Strategien im Bereich der Tierhaltung und –zucht sowie das Marktpotenzial der ethisch hergestellten Bio-Produkte wurden qualitativ und quantitativ bewertet. Unterschiedliche Methoden für die verschiedenen Forschungsfragen wurden angewandt. Dazu zählen Befragungen der Erzeuger*innen, Akteuren der Wertschöpfungskette und Endverbraucher*innen, partizipative

¹ Universität Hohenheim, Garbenstr. 17, 70599 Stuttgart, Deutschland, josephine.gresham@uni-hohenheim.de

² Universität Hohenheim, Fruwirthstr. 12, 70599 Stuttgart, Deutschland

³ Demeter Baden-Württemberg, Hauptstr. 82, 70771 Leinfelden-Echterdingen

Verhaltensexperimente der Verbraucher*innen, sensorische und qualitative Untersuchungen von Fleischqualität, Auswertungen von Tierleistungs- und Gesundheitsdaten sowie Dialogforen mit Akteuren der Wertschöpfungskette.

Ergebnisse und Diskussion

Die bisher abgeschlossenen Forschungsarbeiten zeigen, dass viele Landwirt*innen bereits Lösungsstrategien zur Verringerung des „Kälberproblems“ einsetzen. Dazu zählen am häufigsten der Gebrauch von Zweinutzungsrasen, verlängerte Laktation und Zwischenkalbezeit sowie Gebrauchskreuzungen. Jedoch wird das volle Potenzial aller Lösungsstrategien noch nicht ausgeschöpft. So wurde beim Einsatz von Zweinutzungsrasen und Gebrauchskreuzungen das noch größte Adoptionspotenzial errechnet. Diese Strategien ermöglichen den Betrieben gute Voraussetzungen für eine profitable und regionale Vermarktung ihrer Kälber.

Großes Potenzial erwies der Einsatz von gesextem Sperma, welches, ergänzt durch Gebrauchskreuzungen, die Zahl der wertarmen Kälber stark reduzieren kann. Jedoch zeigten die befragten Bio-Betriebe geringes Interesse am Einsatz, oftmals begründet durch ethische Bedenken, fehlendes Vertrauen in die Technologie und den geringeren Besamungserfolg sowie die höheren Kosten. Hinzu kommt, dass der Einsatz in der biodynamischen Landwirtschaft komplett untersagt ist.

Eine weitere Lösungsstrategie von hoher Relevanz für Verbraucher ist die kuhgebundene Kälberaufzucht mit anschließender Fleischvermarktung. Das Adoptionspotenzial wurde von Landwirt*innen aber mittelfristig als gering bewertet, da der erhöhte Arbeits- und Kostenaufwand durch nicht kostendeckende Preise unrentabel ist. Ergebnisse von Sensorik- und Laboruntersuchungen deuteten auf eine gute Fleischqualität von Bio-Kalb und Bio-Rindfleisch aus kuhgebundener Aufzucht. Für eine Querfinanzierung der Kälberaufzucht über den Milchverkaufspreis werden zwischen 0,9 bis 5,4 Cent/Liter bei Eimertränke und zwischen 0,5 bis 14,3 Cent/Liter bei kuhgebundener Aufzucht benötigt. Die angegebene Kaufbereitschaft der Verbraucher*innen für Fleischprodukte aus kuhgebundener Aufzucht wäre zwar vorhanden, jedoch stehen die Ergebnisse zum realen Kaufverhalten noch aus.

Schlussfolgerungen und Ausblick

Die bisherigen Ergebnisse geben durch tierethisch vertretbare, nachhaltige und den Prinzipien des ökologischen Landbaus konforme Lösungsstrategien mögliche Antworten auf die drängende Frage des Kälberproblems. Damit unterstützen die Ergebnisse sowohl die Weiterentwicklung und Stärkung des ökologischen Landbaus als auch die landwirtschaftliche und gesellschaftliche Transformation in Richtung Nachhaltigkeit und verstärktem Bio-Konsum. Weitere Ergebnisse, die dazu beitragen, werden bis zum Ende der Laufzeit des WertKalb Projekts im Juni 2023 erwartet.

Danksagung

Herzlichen Dank dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg, welches das WertKalb Projekt finanziert. Danke auch allen Projektpartnern und -unterstützern für ihre Motivation, Ausdauer und ihren Einsatz.

Literatur

Reiber C, Wollmeister M, Sommer T & Chagunda MGG (2020) Status quo und Determinanten der Kälbervermarktung von ökologischen und konventionellen Milchviehbetrieben in Baden-Württemberg. Züchtungskunde. 92(5): 320.338.